

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Iklm kompetisi dalam dunia pendidikan tinggi Indonesia saat ini semakin terasa. Di sisi lain perubahan lingkungan yang demikian pesat semakin mendukung kompetisi yang sedang terjadi saat ini, baik kompetisi yang bersifat loal, regional, global. Perguruan Tinggi di Indonesia baik yang berstatus negeri maupun swasta tidak hanya bersaing dengan perguruan tinggi local, tetapi juga berbagai lembaga perguruan tinggi di tingkat nasional bahkan internasional. Berdasarkan data statistik Pendidikan Perguruan Tinggi Kemendikbud tahun 2016 menyebutkan Universitas berjumlah 433, Institut 50, Sekolah Tinggi 1223, Akademi 951 dan Politeknik 148. Demikian pula terjadi kompetisi dalam perguruan tinggi persyarikatan Muhammadiyah yang saat ini sudah mencapai 172 perguruan tinggi dan 40 di antaranya adalah kategori Universitas.

Pendidikan menurut Prihantoro, (2012:12) merupakan jasa yang berupa proses pembudayaan, pengertian ini berimplikasi adanya input dan output. Inputnya adalah peserta didik atau mahasiswa, sarana, prasarana dan lingkungan, sedangkan outputnya adalah jasa pelayanan pendidikan, lulusan dan alumni. Pemahaman kualitas perguruan tinggi tidak terlepas dari produk yang dikeluarkan yaitu kurikulum, penelitian, pengabdian pada masyarakat, administrasi, dan ekstrakurikuler serta produk parsial yaitu lulusan. Meskipun disebut produk parsial, lulusan perguruan tinggi adalah produk yang sangat penting, yang bersifat generatif dan aplikatif. Generatif bermakna bahwa melalui lulusanlah jasa-jasa

perguruan tinggi disebarluaskan dan dikembangkan. Sedangkan dikatakan aplikatif karena lulusan akan mengaplikasikan jasa-jasa perguruan tinggi yang telah diterimanya dalam dunia kerja.

Meningkatnya kuantitas perguruan tinggi ini menuntut masing-masing lembaga pendidikan harus memperhatikan mutu pendidikan dan kelembagaan sehingga mampu serta unggul dalam persaingan tersebut. Di sisi lain perguruan tinggi dituntut untuk menggali dan meningkatkan segala aspek pelayanan yang prima akan berimplikasi pada peningkatan citra perguruan tinggi dan sebaliknya pelayanan yang buruk akan menurunkan citra perguruan tinggi itu sendiri.

Kualitas merupakan inti dari kesinambungan eksistensi hidup suatu institusi. Gerakan revolusi dalam meningkatkan mutu terpadu menjadi kebutuhan sekaligus tuntutan yang tidak dapat diabaikan jika institusi tersebut ingin tetap eksis dan berkembang. Kompetisi yang semakin ketat antar institusi pendidikan (Perguruan Tinggi) semakin menuntut suatu perguruan tinggi untuk selalu memanjakan pelanggannya (mahasiswa) dengan pelayanan yang baik, karena mahasiswa akan mencari perguruan tinggi yang memberikan pelayanan yang terbaik baginya. Perguruan tinggi harus melakukan langkah antisipasi guna menghadapi persaingan yang semakin kompetitif serta bertanggung jawab untuk menggali dan meningkatkan segala aspek pelayanan yang dimiliki.

Kualitas suatu perguruan tinggi sangat ditentukan oleh mutu pelayanan yang diberikan, dimana pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah mahasiswa. Kepuasan mahasiswa akan tercapai apabila kualitas jasa yang diberikan sesuai kebutuhannya. Kualitas

layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan mahasiswa.

Kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk sikap, berkaitan tetapi tidak sama dengan kepuasan, sebagai hasil dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka diharapkan dengan kualitas layanan yang baik dan professional akan timbul kepuasan pelanggan.

Pemberian kualitas pelayanan yang baik kepada mahasiswa diharapkan tercapainya kepuasan para mahasiswa. Kepuasan mahasiswa membentuk persepsi yang positif terhadap kampus atau Perguruan Tinggi yang dipasarkan perusahaan, sehingga hal ini dapat memposisikan lembaga dimata mahasiswa. Pelayanan yang bagus adalah pelayanan yang dapat memahami keinginan dan kebutuhan mahasiswa serta berusaha untuk memberikan nilai lebih kepada mahasiswa. karena kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Efek dari pemberian kualitas pelayanan yang baik adalah terciptanya kepuasan. Kepuasan menurut Tjiptono (2010:12), menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan mahasiswa ditunjukkan dengan adanya kelayakan mahasiswa pada perguruan tinggi dan mahasiswa akan menceritakan mengenai layanan akademik yang memuaskan kepada orang lain. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap jasa pelayanan pendidikan dapat diketahui dengan cara membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang mahasiswa rasakan.

Kepuasan mahasiswa akan tercapai apabila ada kesesuaian antara layanan yang diberikan kepada mahasiswa. Sebagaimana dikemukakan oleh Wadwa dan Radja (2006: 222) bahwa kepuasan mahasiswa akan layanan yang diterimanya dilihat dari kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan yang diterimanya. Berangkat dari konsep dasar kepuasan pelanggan, perguruan tinggi pada dasarnya adalah industri jasa yang memberikan layanan atau jasa kependidikan yang tujuannya untuk memberikan kepuasan pada pelanggannya (mahasiswa). Menurut Tilaar (2002: 11) dewasa ini perguruan tinggi dihadapkan pada tuntutan akan mutu dan akuntabilitas atas jasa pendidikan yang diberikannya, sehingga layanan bermutu harus diberikan untuk memuaskan pelanggannya.

Kepuasan mahasiswa menjadi sangat penting karena akan membuat loyal kepada institusi, bersedia mempromosikan institusi tersebut kepada orang lain, meningkatkan animo masyarakat untuk melanjutkan pendidikan di institusi itu, meningkatkan *bargaining position* dari institusi dan meningkatkan citra dari institusi tersebut. Selain itu mahasiswa juga akan mempromosikan layanan yang baik dari perguruan tinggi kepada calon mahasiswa yang lain sehingga akan meningkatkan jumlah mahasiswa yang kuliah di perguruan tinggi tersebut. Termasuk dalam kepuasan mahasiswa antara lain kurikulum yang sesuai dengan harapan mahasiswa, rancangan perkuliahan yang sesuai dengan harapan mahasiswa, penyajian materi dan evaluasi yang sesuai dengan harapan mahasiswa, sarana dan prasarana perkuliahan yang sesuai dengan harapan mahasiswa, laboratorium yang sesuai dengan harapan mahasiswa, dan pembimbingan yang sesuai dengan harapan mahasiswa.

Universitas Pasir Pengaraian merupakan institusi perguruan tinggi yang sedang dalam masa perkembangan, berbagai aspek untuk menghasilkan kualitas lulusan yang masih perlu di benahi salah satunya adalah perhatian pada kenyataan tingkat kepuasan kerja dan kinerja dosen yang mengajar di Universitas PasirPengaraian.

Demi tercapainya tri dharma, Universitas Pasir Pengaraian terus berbenah untuk mencapai visi dan misi Universitas agar kedepannya dapat terus lebih baik dari sebelumnya dan mampu lebih bersaing di level kampus terkemuka lainnya, untuk itu perlu dukungan penuh dari seluruh dosen dan karyawan. Adapun data jumlah mahasiswa Fakultas ekonomi Universitas Pasir Pengaraian dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir pengaraian

No	Angkataan	Jurusan Akuntansi	Jurusan Manajemen	Jumlah
1.	2013	22	19	41
2.	2014	69	79	148
3.	2015	75	128	203
4.	2016	81	89	170
5.	2017	85	105	190
Jumlah Total		332	420	752

Sumber :Bagian Akademis dan Kemahasiswaan UPP, 2018

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa Fakultas Ekomomi Universitas Pasir Pengaraian cukup diminati oleh masyarakat dan memiliki daya saing di antara fakultas lainnya, terbukti dengan jumlah mahasiswa yang cukup banyak. Beberapa permasalahan kualitas pelayanan terhadap mahasiswa di Fakultas Ekomomi Universitas Pasir Pengaraian masih dipandang kurang. Berdasarkan hasil survei pendahuluan peneliti menunjukkan bahwa realisasi pelaksanaan layanan akademik di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian masih terdapat kesenjangan

antara harapan mahasiswa dan kondisi aslinya. Permasalahan tersebut diantaranya: :

1. Dengan kondisi staf Tata Usaha yang baru tiga orang, untuk melayani mahasiswa yang kurang lebih 752 dirasa masih sangat kurang, karena untuk mengurus administrasi mahasiswa harus lama mengantri sehingga layanan akademik di bagian administrasi belum dapat dilakukan dengan cepat.
2. Di lihat dari dimensi *tangible* (penampilan fisik) tempat parkir karena dapat kehujanan dan kepanasan. Begitu pula masih terdapat ruang kuliah yang belum terpenuhi LCD dan fasilitas olahraga yang belum terpenuhi dengan baik. Apalagi dengan bertambahnya jumlah mahasiswa yang tidak dibarengi dengan penambahan jumlah ruang kelas yang kurang representatif, menambah rendahnya dimensi *tangible* bagi mahasiswa.
3. Tidak adanya ruang tunggu yang memadai, mahasiswa yang menunggu layanan hanya disediakan kursi di luar ruangan tanpa ada fasilitas pendukung seperti koran dan sejenisnya.
4. Kurang dimanfaatkannya kotak saran yang sudah ada untuk menjangkau keluhan dan saran dari mahasiswa sehingga sedikit ada tindak lanjut khusus tentang keluhan mahasiswa meskipun sudah disampaikan langsung.
5. Terkadang tidak ada informasi tertulis di papan informasi maupun di loket layanan mengenai program atau tata cara layanan yang baru,

sehingga membingungkan. Informasi lebih sering disampaikan melalui group whatsapp.

Selanjutnya, jika dilihat dari segi kepuasan mahasiswa, berdasarkan hasil pengamatan peneliti, permasalahan yang terlihat yaitu dari segi waktu tunggu pelayanan serta kecepatan dan ketepatan pelayanan mahasiswa yang disebabkan oleh kondisi staf Tata Usaha yang baru tiga orang, sehingga untuk melayani mahasiswa yang kurang lebih 752 dirasa masih sangat kurang, karena untuk mengurus administrasi mahasiswa harus lama mengantri sehingga layanan akademik di bagian administrasi belum dapat dilakukan dengan cepat.

Namun demikian, di lihat dari kuantitas mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian mengalami kemajuan. Mahasiswa dari tahun ketahun mengalami peningkatan. Peningkatan kuantitas harus disertai oleh peningkatan kualitas sehingga akan dapat lebih bersaing dengan kompetitor dari Fakultas lainnya yang ada di Universitas Pasir Pengaraian. Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian menyadari adanya keterbatasan tersebut, sehingga bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan yang diterima memerlukan penelitian dan kajian secara periodik.

Penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa telah banyak dilakukan sebelumnya dengan hasil yang beragam. Hidayati (2014), dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan karyawan kepada mahasiswa belum memenuhi harapan mahasiswa. Putra (2015), dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan mahasiswa.

Santoso (2017), dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2014-106 Universitas Islam Malang.

Kepuasan mahasiswa terkait erat dengan kesesuaian antara harapan dan kenyataan dari kualitas pelayanan pendidikan yang didapat dari Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Apabila Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian memperlakukan mahasiswa sebagai pelanggan dengan mengevaluasi kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan pendidikan, maka Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian dapat menyiapkan rencana strategis yang tepat untuk meningkatkan kualitasnya. Evaluasi kepuasan mahasiswa ini dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor kualitas pelayanan pendidikan yang perlu diperbaiki, dipertahankan, bahkan dikurangi akan mengakibatkan kesalahan alokasi sumber daya seperti dana, tenaga kerja, dan waktu. Kesalahan alokasi sumber daya menyebabkan upaya peningkatan mutu menjadi tidak efektif dan mengurangi kepuasan mahasiswa.

Sebagai Fakultas yang sekarang telah menghasilkan banyak lulusan, maka perlu diadakan penelitian untuk melakukan evaluasi terhadap tingkat kepuasan mahasiswanya, hal ini dimaksudkan agar Fakultas mengetahui sejauhmana kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada para mahasiswa untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanan dan pembelajaran.

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan beberapa hasil penelitian terdahulu, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul” Pengaruh

Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian”.

1.2 Rumusan Masalah

Merumuskan masalah adalah hal yang paling penting dalam penelitian. Hal ini diperlukan, sehingga keterbatasan masalahnya begitu jelas dan bisa menjadi bukti pelaksanaan penelitian. Adapun perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian?
2. Bagaimanakah kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
2. Untuk mengetahui kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Untuk menambah ilmu pengetahuan yang didapat dari perkuliahan dan mengaplikasikan teori-teori yang didapat pada kehidupan sehari-hari.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan

3. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan, pelajaran dan bahan bacaan bagi para mahasiswa.

1.5 Sistematika Penulis

Untuk memudahkan dalam pembahasan nantinya penulis mencoba memaparkan sistematika penulisan skripsi penelitian ini yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dikemukakan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang akan digunakan.

BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu yang menjadi dasar untuk merumuskan hipotesis yang akan diajukan. Bab ini juga dipaparkan kerangka pemikiran atau model penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dikemukakan tentang sejauh mana ruang lingkup penelitiannya, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengambilan data, defenisi operasional, instrument penelitian, terakhir disajikan bagaimana teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Didalam bab ini data atau informasi hasil penelitian diolah, dianalisis, ditafsirkan, dikaitkan dengan kerangka teoritik dalam Bab II sehingga jelas bagaimana data hasil penelitian dapat menjawab permasalahan dan tujuan yang telah dikemukakan dahulu.

BAB V : PENUTUP
Bab ini merupakan kristalisasi dari semua yang telah dicapai pada masing-masing bab sebelumnya, menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Alifuddin (2012) mengemukakan bahwa pendidikan adalah jasa yang berupa proses pembudayaan. Produk yang diberikan lembaga pendidikan adalah jasa pelayanan. Kualitas jasa pelayanan pendidikan sangat bergantung pada sikap pemberi pelayanan di lapangan dan sikap serta harapan pemakai jasa pendidikan.

Pelayanan pendidikan yang berkualitas menurut Alifuddin (2012:21) adalah suatu proses yang berpusat pada pencapaian kepuasan harapan pelanggan pendidikan, perbaikan terus menerus, pembagian tanggung jawab dengan para pegawai dan pengurangan pekerjaan tersisa serta pengerjaan kembali.

Sementara Alma (2011:23) menyatakan bahwa secara konseptual, mutu akademik adalah muara dari mutu proses pendidikan manusia, alat, kurikulum dan fasilitas yang tercermin pada mutu mengajar dosen, mutu bahan pelajaran dan mutu hasil belajar, sehingga akhirnya membentuk seperangkat kemampuan.

Hayati (2012:35) menyatakan bahwa kualitas pelayanan perguruan tinggi (PT) dinyatakan baik apabila PT mempunyai kemampuan untuk menetapkan dan mewujudkan visi melalui misi yang diemban. Juga apabila PT mampu untuk memenuhi kebutuhan *stakeholders* yang meliputi kebutuhan masyarakat, dunia kerja dan profesi. Kualitas pelayanan berperan besar dalam pendidikan. Kualitas tinggi bukan merupakan pembeda antara universitas yang efisien dan yang tidak efisien.

Menurut Parasuraman (2013:12), kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Kualitas pelayanan (*service quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan.

Menurut Rangkuti (2011:18), tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program

pelayanan, perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa kualitas layanan adalah kegiatan membantu dan melayani pelanggan dalam sebuah organisasi dengan sebaik mungkin, bermula dari memenuhi kebutuhan pelanggan agar sesuai dengan harapan sehingga menjadikan pelanggan puas akan layanan yang diberikan oleh lembaga dan berakhir pada loyalitas pelanggan.

2.1.1.2 Indikator Kualitas pelayanan

Gronroos (2012:19), pada dasarnya kualitas jasa dari sudut penilaian pelanggan dibedakan atas tiga dimensi berikut:

1. *Technical atau outcome dimension*, yaitu berkaitan dengan apa yang diterima konsumen. Dimensi ini sama artinya dengan apa yang disebut dengan kompetensi (*competence*).
2. *Function atau process related dimension*, yaitu berkaitan dengan cara jasa disampaikan atau disajikan.
3. *Corporate image*, yaitu berkaitan dengan citra perusahaan di mata konsumen. Dimensi ini sama pengertiannya dengan kredibilitas (*credibility*).

Brady & Cronin (2001: 12) mengusulkan lima indikator kualitas pelayanan jasa yaitu :

1. Sikap yaitu berhubungan dengan kontak personel, sampai sejauh mana mereka berkeinginan untuk membantu mahasiswa.
2. Perilaku yaitu kehangatan dan keakraban penyedia jasa, terutama kontak staf.

3. Keahlian yaitu berkaitan dengan keahlian dan profesionalisasi dalam penyampaian jasa.
4. Waktu tunggu yaitu berkaitan dengan kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan mahasiswa.
5. Bukti fisik berhubungan dengan aspek fisik sekolah yang diperlukan untuk menunjang proses belajar mengajar, meliputi; bangunan, kebersihan lingkungan, taman, laboratorium, perpustakaan dan lainya.

Mangkunegara (2012:15) mengusulkan tujuh belas indikator kualitas jasa dengan definisi masing-masing, seperti berikut:

1. *Access*, yaitu lokasi yang mudah dijangkau, termasuk kemudahan untuk menemukan jalan-jalan disekitarnya dan kejelasan rute.
2. *Attentiveness/helpfulness*, yaitu berhubungan dengan kontak personel, sampai sejauh mana mereka berkeinginan untuk membantu konsumen.
3. *Availability*, yaitu berkaitan dengan ketersediaan fasilitas jasa, staf dan barang-barang bagi konsumen.
4. *Cleanliness/Tidiness*, yaitu kebersihan, kerapian dan keteraturan fisik dalam paket jasa (*the service package*).
5. *Care*, yaitu kepedulian, perhatian, simpati dan kesabaran yang diperlihatkan kepada konsumen.
6. *Comfrot*, yaitu berkaitan dengan kenyamanan lingkungan dan fasilitas jasa.
8. *Commitment*, yaitu komitmen pekerja terhadap petugas.
9. *Communication*, yaitu kemampuan penyedia jasa berkomunikasi dengan konsumen.
10. *Competence*, yaitu berkaitan dengan keahlian dan profesionalisasi dalam penyampaian jasa

11. *Courtesy*, yaitu kesopanan, respek dalam penyediaan jasa, terutama berkenaan dengan kontak staf dalam berhubungan dengan konsumen dan hak miliknya.
12. *Flexibility*, yaitu berkaitan dengan keinginan dan kesanggupan pekerja untuk mengubah pelayanan jasa atau produk, menyesuaikan dengan keinginan konsumen.
13. *Friendliness*, yaitu kehangatan dan keakraban penyedia jasa, terutama kontak staf.
14. *Integrity*, yaitu kejujuran, keadilan dan kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan jasa kepada konsumen.
15. *Reliability*, yaitu kehandalan dan konsistensi kinerja fasilitas jasa, barang-barang dan staf.
16. *Responsiveness*, yaitu kecepatan dan ketepatan penyampaian jasa.
17. *Security*, yaitu keselamatan dan keamanan serta peranan mereka dalam proses jasa.

Menurut Rangkuti (2011:18) menyatakan bahwa dalam menilai kualitas jasa atau pelayanan, terdapat sepuluh ukuran kualitas jasa atau pelayanan, yaitu:

1. *Tangible* (nyata atau berwujud), yaitu bukti fisik dari jasa yang bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan dan representasi fisik dari jasa.
2. *Reliability* (keandalan), mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*), dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*).
3. *Responsiveness* (cepat tanggap), kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.

4. *Competence* (kompetensi), artinya setiap karyawan diperusahaan jasa tersebut memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tersebut.
5. *Access* (kemudahan), yaitu meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
6. *Courtesy* (keramahan), yaitu meliputi sikap yang sopan santun, respek, perhatian dan keramahan, para *contact personel*.
7. *Communication* (komunikasi), artinya memberikan informasi kepada konsumen dalam bahasa yang dapat dipahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mahasiswa.
- 8.. *Credibility* (kepercayaan), artinya sifat jujur dan dapat dipercaya, kredibilitas mencakup nama perusahaan atau instansi, reputasi perusahaan, karakteristik *contact personel* dan interaksi dengan pelanggan.
9. *Security* (keamanan), yaitu aman dari bahaya, resiko, keragu-raguan.
10. *Understanding the costumer* (pemahaman pelanggan), yaitu usaha untuk memahami kebutuhan konsumen atau pelanggan.

2.1.1.3. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan

Prinsip-prinsip yang harus menjadi perhatian bagi seorang *Public Relations Marketing* (Praktisi Humas Pemasaran) dalam hal memberikan pelayanan (*customer service*) yang unggul dari bidang *customers relations* dan demi tercapainya *customer satisfaction*, antara lain sebagai berikut:

1. Menghargai kepentingan dan kebutuhan konsumen
2. Menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak dan perilaku dalam hal melayani kepentingan atau kebutuhan konsumen.

3. Selalu bersikap bijaksana, bekerja secara profesional, cepat dan efisien, serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, diandalkan dan dipercaya.
4. Tetap menjaga rahasia pribadi pihak konsumen

Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011:203-204) prinsip-prinsip kualitas jasa adalah sebagai berikut :

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.

2. Pendidikan

Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan pendidikan mengenai kualitas.

3. Perencanaan Strategik

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

4. *Review* (Meninjau)

Proses *review* (meninjau) merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran-sasaran kualitas.

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan maupun *stakeholder* lainnya (seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat sektor dan lain-lain).

6. *Total Human Reward* (Total Pahala Manusia)

Reward (pahala) dan *recognition* (pengakuan) merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui. Dengan cara seperti ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki (*sense of belonging*) setiap anggota organisasi dapat meningkat, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan profitabilitas bagi perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.1.2 Kepuasan Mahasiswa

2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Mahasiswa

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan menurut Tjiptono, (2010:56) bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Menurut Suharno dan Retnoningsih (2012:393) kepuasan asal katanya adalah puas yang berarti merasa senang, lega, kenyang, dan sebagainya karena sudah merasai secukup-cukupnya atau sudah terpenuhi hasrat hatinya

Mahasiswa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2012) didefinisikan sebagai orang yang belajar diperguruan tinggi. Menurut Sugito (2012:23) kepuasan mahasiswa adalah suatu keadaan terpenuhinya keinginan, harapan, dan kebutuhan mahasiswa.

Kepuasan mahasiswa menurut Alma, (2012:23) adalah sikap positif mahasiswa terhadap pelayanan lembaga pendidikan tinggi karena adanya kesesuaian antara harapan dari pelayanan dibandingkan dengan kenyataan yang diterimanya.

Menurut Assauri (2013:10) kepuasan mahasiswa adalah suatu keadaan terpenuhinya keinginan, harapan, dan kebutuhan mahasiswa.

Sementara Sarjono (2012:10) kepuasan mahasiswa adalah perbandingan antara harapan yang diinginkan mahasiswa tentang pelayanan karyawan, kompetensi dosen yang didukung oleh sarana prasarana dan kepemimpinan dengan apa yang mahasiswa rasakan setelah mendapatkan pelayanan.

Kepuasan menurut Oliver dalam Supranto (2011: 233). adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Pengertian kepuasan menurut Simamora (2011:22) adalah istilah evaluatif yang menggambarkan suka dan tidak suka. Menurut Kotler (2012:22) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Mengacu pada definisi-definisi yang dikemukakan para ahli, maka dapat penulis simpulkan bahwa kepuasan mahasiswa berarti perasaan senang, puas dan

kelegaan pembelajar pada perguruan tinggi terhadap apa-apa yang menjadi kebutuhannya selama melaksanakan studi.

2.1.2.2 Indikator Kepuasan Mahasiswa

Menurut Alma, (2012:23) terdapat lima indikator kepuasan mahasiswa dalam kaitannya dengan mutu pendidikan, yaitu:

1. Keandalan, berhubungan dengan kebijakan pimpinan, kompetensi dosen dan pelayanan karyawan dalam memberikan pelayanan yang bermutu dengan yang dijanjikan, konsisten, yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mahasiswa.
2. Daya tanggap, kesedian personil sekolah untuk mendengarkan dan mengatasi keluhan mahasiswa/siswa yang berhubungan dengan masalah kuliah yang menyangkut masalah-masalah sekolah.
3. Kepastian, yaitu suatu keadaan di mana lembaga/sekolah memberikan jaminan kepastian layanan kepada mahasiswa yang tidak terlepas dari kemampuan personil lembaga/sekolah, terutama pimpinan, dosen dan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji-janji sekolah terhadap mahasiswa, disamping layanan-layanan lainnya.
4. Empati, merupakan keadaan mental yang membuat seseorang merasa dirinya di keadaan orang lain. Dengan demikian bentuk empati lembaga/sekolah terhadap kebutuhan mahasiswa adalah adanya pemahaman personil lembaga/terhadap kebutuhan mahasiswa dan berupaya kearah pencapaiannya.
5. Berwujud, dalam dunia pendidikan berhubungan dengan aspek fisik sekolah yang diperlukan untuk menunjang proses belajar mengajar, meliputi; bangunan, kebersihan lingkungan, taman, laboratorium, perpustakaan dan lainnya.

Menurut Assauri (2013:13), indikator untuk melihat kepuasan mahasiswa adalah sebagai berikut :

1. Waktu yang digunakan untuk menunggu dilayani
Yaitu ukuran berapa lama seorang mahasiswa harus menunggu untuk mendapatkan pelayanan.
2. Kecepatan dan ketepatan dalam pelayan kepada mahasiswa
Yaitu kesediaan karyawan dalam memberikan pelayanan yang tepat waktu kepada mahasiswa tanpa harus membutuhkan waktu yang lama.
3. Ketepatan dalam melaksanakan janji
Yaitu seberapa besar universitas dapat menjunjung tinggi dan merealisasikan janjinya, sehingga apa yang diterima mahasiswa sesuai dengan harapan.
4. Keramahan dan kesopanan pimpinan, dosen dan karyawan dalam bersikap dan berbicara
Yaitu adab yang ditunjukkan ketika melayani ataupun berhadapan dengan mahasiswa, sehingga mahasiswa merasa dihargai.
5. Pengetahuan dosen dan karyawan dalam pelayanan
Yaitu daya intelektual yang dimiliki oleh dosen dalam memberikan materi kepada mahasiswa, serta kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa.
6. Prosedur dalam pelayanan dan penyesuaian layanan
Yaitu pelaksanaan sistem pelayanan universitas kepada mahasiswa dilakukan dengan ketentuan yang ada.
7. Kemudahan pimpinan, dosen dan karyawan dalam dihubungi

Yaitu berhubungan dengan kelancaran komunikasi antara pimpinan, dosen dan karyawan yang bersedia dihubungi kapanpun ketika mahasiswa membutuhkannya.

8. Tempat pelayanan nyaman, bersih bagi mahasiswa

Yaitu berhubungan dengan kondisi dan suasana ruangan yang membuat mahasiswa betah ketika menunggu mendapatkan pelayanan.

9 Menciptakan kelancaran dalam pelayanan

Yaitu kemampuan universitas memberikan perhatian kepada mahasiswa dengan menyediakan fasilitas yang mendukung serta peralatan yang digunakan untuk melayani mahasiswa.

Lupiyoadi, dkk (2011:192), menggunakan enam indikator dalam mengukur kepuasan mahasiswa antara lain :

1. Kualitas dan kesediaan jasa merupakan mutu pelayanan dan pemenuhan kebutuhan pelayanan bagi mahasiswa.
2. Kemudahan dan kenyamanan dalam pelayanan meliputi kemudahan mahasiswa dalam melakukan pembayaran, kemudahan dalam mendaftar, adanya pelayanan yang baik ketika mahasiswa menyampaikan keluhan, sistem pembayaran yang mudah, kenyamanan loket atau tempat pembayaran.
3. Ketepatan pelayanan, meliputi ketepatan waktu pelayanan, ketepatan penjelasan dari karyawan.
4. Keterbukaan informasi mencakup kemudahan memperoleh informasi yang transparan menyangkut kebutuhan pelayanan kepada mahasiswa.

5. Penilaian mahasiswa merupakan penilaian terhadap keseluruhan pelayanan yang telah dirasakan oleh mahasiswa dari suatu perusahaan jasa atau instansi.

Menurut Kotler & Keller (2012:67) indikator yang digunakan dalam mengukur kepuasan mahasiswa antara lain :

1. *Reliability* merupakan perbandingan antara harapan dengan persepsi mahasiswa terhadap kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan akurat.
2. *Product-related Information* meliputi fasilitas sarana dan prasarana, ketepatan saran dan penjelasan.
3. *Commercial aspect*, meliputi keramahan layanan, kemudahan untuk memperoleh informasi.

2.1.2.3 Manfaat mengukur Kepuasan

Menurut Lupiyoadi, dkk (2011:192) ada beberapa aspek dalam mengetahui kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan .
2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi didalam perbaikan proses pelayanan.
3. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.
4. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive* dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

2.1.2.4 Metode Pengukuran Kepuasan

Menurut Kotler & Keller (2012:67), ada beberapa cara yang digunakan untuk mengukur kepuasan diantaranya:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah diakses atau sering dilalui pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, website, fb, twitter dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan untuk beraksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif akan sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan.

2. *Ghost/Mystery Shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing. Mereka diminta untuk melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibandingkan para pesaing. Selain itu, para *ghost shoppers* juga dapat mengobservasi cara perusahaan dan

pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap masalah atau keluhan pelanggan.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seharusnya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, dimana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan memuaskan pelanggannya. Hanya saja kesulitan menerapkan metode ini adalah pada mengidentifikasi dan mengkontak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, baik via pos, telepon, e-mail maupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

2.1.3 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Adapun

hasil-hasil penelitian yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian yaitu mengenai kepuasan dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian yang pernah dilakukan Hidayati (2014) dimana melakukan penelitian mengenai analisis kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan tenaga administratif di Fakultas Farmasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara umum bahwa elemen pelayanan di Fakultas Farmasi yaitu karyawan belum memberikan kinerja sesuai dengan harapan mahasiswa yang ditandai dengan rentang nilai masing masing *gap* tidak ada yang mendekati ideal yaitu nol (0). Nilai *gap* dari karyawan pada pelayanan pendidikan pada dimensi Berwujud (*tangibles*) dengan nilai *gap* -0,90, Keandalan (*reliability*) dengan nilai *gap* - 0,90 , Jaminan (*assurance*) nilai *gap* -0,90, Empati (*empathy*) dengan nilai *gap* -1,10 dan Daya Tanggap (*responsiveness*) dengan nilai *gap* -1,10. Sehingga disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan karyawan kepada mahasiswa belum memenuhi harapan mahasiswa.

Putra (2015) menyajikan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa, citra, dan *positive word of mouth* Politeknik Negeri Bali. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diselenggarakan oleh Politeknik Negeri Bali memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan mahasiswa, citra, dan *positive WOM* Politeknik Negeri Bali. Secara lebih spesifik, hasil penelitian memberi makna bahwa makin tinggi kepuasan mahasiswa, maka makin baik citra lembaga dan makin baik juga *word of mouth* yang disampaikan oleh mahasiswa kepada pihak lain.

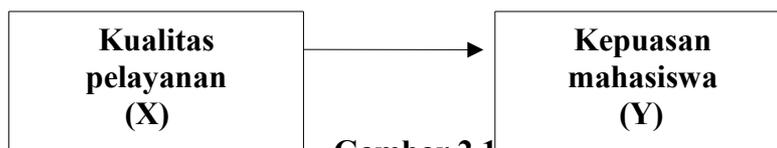
Santoso (2017) dalam penelitiannya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2014-2016 Universitas Islam Malang. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa berdasarkan hasil uji t di atas bahwasanya Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2014-2016 Universitas Islam Malang. Berdasarkan hasil uji t di atas bahwasanya Variabel Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2014-2016 Universitas Islam Malang. Berdasarkan hasil uji F di atas bahwasanya Variabel Kualitas Pelayanan dan Variabel Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Variabel Kepuasan Mahasiswa pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2014-2016 Universitas Islam Malang.

Putra (2014) menyajikan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan Islam memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil lain menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kualitas layanan Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini sesuai dengan teori Othman dan Owen bahwa CARTER dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan pada Perbankan Syariah. Saran untuk BRI Syariah Bank di Surabaya harus menjaga dan meningkatkan kualitas layanannya untuk meningkatkan kepuasan dan membentuk pelanggan yang

setia. Untuk penelitian lebih lanjut, dapat dilakukan dengan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.2 Kerangka Konseptual

Sesuai dengan latar belakang dan landasan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Dalam hubungannya dalam uraian tersebut diatas maka akan disajikan kerangka konseptual dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2010:15) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis ini akan di uji kebenarannya dengan analisis yang sesuai dengan permasalahan. Dari pengujian tersebut akan diperoleh jawaban yang sebenarnya dengan didasari data dan fakta.

Berdasarkan kajian teori-teori diatas maka penulis dapat menyimpulkan hasil penelitian sementara yaitu :

- Ha : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
- Ho : Diduga kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan masalah yang diangkat dalam penelitian yang menekankan pada proses dan makna, maka bentuk penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, dengan maksud lebih menekankan pada sifat naturalisme, yaitu realita yang muncul dan mendasar pada peristiwa-peristiwa nyata yang menjadi bahan kajian dalam penelitian. Menurut Sutopo (2012:111) sebagai suatu penelitian deskriptif, penelitian ini studi kasusnya mengarah pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya di lapangan studinya.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif karena peneliti hanya berusaha menjelaskan tentang analisis tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan dan mengaitkan hubungan antar variabel.

Tempat penelitian digunakan untuk mendapatkan data, informasi, keterangan-keterangan dan hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan penelitian serta sekaligus sebagai tempat dilaksanakannya penelitian. Tempat penelitian dilakukan yaitu di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Waktu penelitian direncanakan pada bulan Desember 2018 sampai dengan Juni 2019.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah gabungan dari elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seseorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinal, 2013:23). Adapun populasi dalam penelitian adalah jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi yang terdaftar sampai tahun 2018 sebanyak 752 orang yang diperoleh dari Bagian Akademis dan kemahasiswaan Universitas Pasir Pengaraian.

Menurut Sugiyono (2013:116) menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi memiliki jumlah yang besar sehingga penulis menggunakan sampel dari populasi tersebut. Sampel dilakukan karena keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian baik dari segi dana, waktu, tenaga dan jumlah populasi yang sangat banyak. Sampel

yang diambil harus betul-betul dapat mewakili populasi konsumen mahasiswa Fakultas Ekonomi yang masih aktif.

Teknik pengambilan sampelnya secara *accidental sampling* merupakan teknik penelitian sampelnya berdasarkan kebetulan, yaitu memilih responden dengan cara mendatangi responden kemudian memilih calon responden kemudian memilih calon responden yang ditemui secara kebetulan, namun calon responden harus memiliki karakteristik tertentu, yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi yang masih aktif.

Jumlah anggota sampel yang tepat digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang diinginkan. Semakin besar tingkat kesalahan, maka semakin kecil jumlah sampel yang digunakan dan sebaliknya semakin kecil tingkat kesalahan, maka semakin besar jumlah sampel yang digunakan. Sampel tersebut diambil dari populasi dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Penentuan ukuran sampel responden menggunakan rumus Slovin, yang ditunjukkan Husein (2011:108) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

d = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang diinginkan, yaitu 10%.

$$N = \frac{752}{(0,1)^2 + 1} = \frac{752}{0,01 + 1} = \frac{752}{1,01} = 88,26 \text{ dibulatkan menjadi } 88 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 88 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang akan dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian. Dari hasil perhitungan diatas sampel diklasifikasikan sesuai dengan formasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian dengan menggunakan rumus alokasi *proportional* :

$$i = \frac{Li}{N} \times n$$

Dimana :

N_i = Jumlah anggota sampel menurut stratum

n = Jumlah anggota sampel seluruhnya

N_i = Jumlah anggota populasi menurut stratum

N = Jumlah anggota populasi seluruhnya

$$1. \text{ Program studi akuntansi} = \frac{332}{752} \times 88 = 38,8 \text{ atau } 39 \text{ orang}$$

$$2. \text{ Program studi manajemen} = \frac{420}{752} \times 88 = 49,1 \text{ atau } 49 \text{ orang}$$

Untuk lebih jelasnya pembagian sampel menurut program studi dan jumlah mahasiswa yang menjadi sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1

Data Pembagian Jumlah Sampel

No	Program studi	Jumlah sampel
1	Akuntansi	39 orang
2	Manajemen	49 orang
Jumlah		88 orang

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data yang digunakan yaitu : Data kualitatif merupakan data yang diperoleh dari dalam bentuk informasi baik lisan maupun tertulis, seperti: yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden. Serta Data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka dan masih perlu dianalisis kembali.

3.3.2 Sumber Data

Data merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian. Betapapun menariknya suatu masalah penelitian, bila sumber data tidak tersedia maka ia tidak punya arti karena tidak akan bisa diteliti (Sutopo, 2012:49). Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2013:62), sumber data diklasifikasikan menjadi dua, yaitu :

1. Sumber data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang dibagikan secara langsung dengan responden penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir pengarian.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, dapat melalui orang lain atau melalui dokumen. Sumber data dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen yang dapat berbentuk tabel statistik, buku, dan jurnal ilmiah yang berkaitan dengan pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan.

3.4 Teknik Pengambilan Data

Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan data adalah:

1. Observasi

Yaitu pengambilan data yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung kelokasi dengan tujuan meninjau permasalahan mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengarian.

2. Kuesioner

Yaitu dengan cara menyebarkan data atau daftar pertanyaan-pertanyaan dengan menyediakan alternative jawaban ataupun jawaban yang harus diisi oleh responden secara pribadi mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengarian.

3. Wawancara

Menurut Sugiyono (2013:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Metode wawancara

menggunakan daftar pertanyaan dan dalam bentuk terbuka yang memberikan peluang bagi informan untuk menjawab pertanyaan secara terbuka dan tidak dibatasi oleh jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Metode ini digunakan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

3.5 Defenisi Operasional Variabel penelitian

Defenisi operasional variabel merupakan suatu defenisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberikan arti untuk menspesifikkan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel. Arikunto (2010:161)

Adapun defenisi operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X)	Menurut Parasuraman (2013:12), Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan.	Brady & Cronin (2001:12), 1. Sikap 2. Prilaku 3. Keahlian 4. Waktu tunggu 5. Bukti fisik	Skala Likert
Kepuasan mahasiswa (Y)	Assauri (2013:10) kepuasan mahasiswa adalah suatu keadaan terpenuhinya keinginan, harapan, dan kebutuhan mahasiswa.	Assauri (2013:13) 1. Waktu yang digunakan untuk menunggu dilayani 2. Kecepatan dan ketepatan dalam pelayan kepada mahasiswa 3. Ketepatan dalam melaksanakan janji	Skala Likert

		<ul style="list-style-type: none"> 4. Keramahan dan kesopanan pimpinan, dosen dan karyawan dalam bersikap dan berbicara 5. Pengetahuan dosen dan karyawan dalam pelayanan 6. Prosedur dalam pelayanan dan penyesuaian layanan 7. Kemudahan pimpinan, dosen dan karyawan dalam dihubungi 8. Tempat pelayanan nyaman, bersih bagi mahasiswa 9. Menciptakan kelancaran dalam pelayanan 	
--	--	---	--

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam pengumpulan data. Dimana data primer diambil dengan menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data, jenis kuesioner yang digunakan adalah berupa pertanyaan yang dijawab oleh responden dengan memberikan tanda–tanda tertentu seperti tanda checklist pada jawaban yang telah disediakan. Kuesioner dengan format skala *likert* yang disusun sedemikian rupa sehingga memungkinkan responden memberikan jawaban dalam berbagai versi tingkatan yang tertuang dalam setiap butir yang menguraikan karakteristik responden diantaranya jenis kelamin, umur dan pendidikan.

Dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe *skala likert*. Skala likert menurut Sugiyono (2010:86) yaitu “*skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Skala yang digunakan dan skor setiap pernyataan pada kuesioner dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut:

Tabel.3.3
Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner

No	Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju(TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2010:86)

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, alat pengukuran tersebut yaitu kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pemberian pertanyaan-tanyaan kepada responden untuk membantu penulis melakukan penelitian. Untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

3.7.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas adalah sejauh mana suatu alat ukur itu menunjukkan ketepatan dan kesesuaian.

Menurut Sugiyono (2013:178) validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikelompokkan. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total. Instrumen yang valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan bisa disebut tepat.

Menurut Sugiyono (2013:172) penelitian yang valid adalah hasil penelitian yang memiliki kesamaan antara data yang terkumpul dan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mencari nilai korelasinya peneliti menggunakan metode *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$R_b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari.
- x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item.
- y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item.
- n = Jumlah responden dalam uji instrumen.
- $\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi X.
- $\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y.
- $\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y.

Σx^2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X.

Σy^2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y.

Dasar mengambil keputusan :

Apabila nilai korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program SPSS *for windows*, dimana dasar pengambilan keputusan sama seperti keterangan sebelumnya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana semua alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan). Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2013:172). Instrumen yang memiliki realibilitas dapat digunakan untuk mengukur secara berkali-kali yang menghasilkan data yang sama (konsisten).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan program SPSS *for windows* dengan *Alpha Cronbach* untuk menguji reliabilitas kuesioner. Menentukan reliabilitas dari alat ukur dapat dilihat dari nilai alfa. Jika nilai alfa lebih besar dari nilai *rtabel*, maka dapat dikatakan reliabel. Skala dikelompok ke dalam lima kelas

dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut (Juliansyah Noor, 2012: 165):

1. Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
2. Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
3. Nilai *alpha Cronbach* 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
4. Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
5. Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

3.8 Teknik Analisis Data

Penulis melakukan pengumpulan data, kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diteliti. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil wawancara dan kuesioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah, yaitu: persiapan, tabulasi dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Persiapan adalah mengumpulkan dan memeriksa kelengkapan lembar kuesioner serta memeriksa kebenaran cara pengisian. Selanjutnya melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem penilaian yang telah ditetapkan.

Dalam menganalisis permasalahan yang akan dibahas, penulis menggunakan teknik analisis sebagai berikut :

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian, penulis menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden.

Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pembayaran. Untuk mendeskripsikan data

pada setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori : sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Masing-masing kategori jawaban dari deskriptif variabel, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$TCR = \frac{Rs}{N} \times 100 \%$$

Dimana:

TCR = Tingkat Capaian Responden

Rs = Rata-rata skor jawaban responden

N = Nilai skor jawaban maksimum

Sudjana (2009:15), menyatakan bahwa kriteria nilai tingkat capaian responden (TCR) dapat diklasifikasikan seperti pada tabel berikut:

Tabel 3.4
Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR)

Nilai TCR	Kriteria
85% - 100%	Sangat baik
76% - 85.99%	Baik
57% - 75.99%	Cukup baik
26% - 56.99%	Kurang baik
0% - 25.99%	Tidak baik

Sumber: Metode Statistika, Sudjana (2009:15)

3.8.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak Sugiyono (2013:54). Metode kualitatif digunakan untuk mengetahui dan

menguji kebenaran hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut: seberapa besar pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan secara parsial.

3.8.2.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana menerangkan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Rumus regresi sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

Y = Kualitas pelayanan

a = Nilai Konstanta, yaitu besarnya Y bila X=0

b = Koefisien regresi dari variabel bebas

X_{ij} = Kepuasan mahasiswa

e_{ij} = Standar error

3.8.2.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjalankan varian dari variabel terikatnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R^2). Hal ini menjelaskan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varian dan variabel terikatnya. Koefisien determinasi yaitu analisis yang

digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *independen* terhadap *dependen* yang dinyatakan dalam presentasi, dengan rumus :

$$Kd=R^2 \cdot 100\%$$

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

R² = Koefisien korelasi berganda

Kd = Seberapa besar perubahan variabel *dependen* (Kualitas pelayanan)

R² = Kuadrat koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien korelasi ganda adalah :

- Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel *independen* terhadap *dependen* lemah.
- Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel *independen* terhadap *dependen* kuat.

3.8.3 Pengujian Hipotesis

Sesuai dengan metode analisis data yang digunakan, selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis terhadap variabel-variabel yang diteliti. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis yang akan diajukan diterima atau ditolak.

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y, apakah variabel X benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y.